

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

FAKULTAS EKONOMI DAN KOMUNIKASI

Jurusan Komunikasi Pemasaran

Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi

Semester GENAP 2011/2012

STRATEGI PROMOSI SPEEDY SME TELKOM DBS DALAM MENINGKATKAN MINAT PELANGGAN

DEWI ANGELIA 1200954982

Abstrak

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui efek dari strategi promosi yang telah dilakukan oleh TELKOM DBS (*Divisi Business Service*) dalam memperkenalkan produk Speedy SME kepada masyarakat, dan mengetahui seberapa besar tingkat keminatan mereka sebagai konsumen terhadap produk Speedy SME tersebut.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara mendalam dengan pelanggan Telkom Speedy SME.

Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh TELKOM DBS belum maksimal, hal ini dapat dilihat dari pernyataan 5 orang responden yang telah diwawancarai. Kelima responden tersebut merupakan responden pengguna Telkom Speedy. Hasil yang dicapai dari lima responden pengguna Telkom Speedy hanya *Personal Selling*, iklan dan *Sales Promtion* yang merupakan strategi promosi (*Promotion Mix*) yang dilakukan oleh Telkom DBS.

Simpulan dari penelitian ini strategi promosi yang dilakukan oleh TELKOM DBS belum dilakukan secara merata, dan belum maksimal. Masyarakat mengaku bahwa produk Speedy SME tersebut kurang dan sistem promosinya pun masih harus diperbaiki. Maka dari itu TELKOM DBS perlu membuat suatu strategi dengan inovasi baru yang disesuaikan dengan minat, perilaku, dan pendapat konsumen yang menjadi target produk mereka.

Kata Kunci:

Strategi, Promosi, Speedy SME, Telkom DBS, Minat Pelanggan